

募款百百種

行銷理論與募款案例討論

陳淑蘭

社會事業發展協會

shulanchen@gmail.com

www.sec-taiwan.org

四小時如是過.....

1. 首先讓您認識 陳淑蘭 這個傢伙
2. 先談行銷理論(放心2張投影片而已)與觀點
3. 談媒體與公關操作
4. 介紹一些新的媒介與案例
5. 要整合囉
6. 盡量隨時穿插笑話、案例與個人慘痛經驗

行銷

『行銷是要使銷售成為多餘，
是要充分瞭解和認識 顧客
使產品或服務能適合顧客
並自行銷售它自己』

Peter Drucker

行銷是什麼？

Exchange

交換

行銷的工具 4P

- ④ 產品 Product：產品品質、特色、可信度
- ④ 價格 Price：定價條件、開價
- ④ 地點 Place：顧客易於、方便購得
- ④ 促銷 Promotion：廣告、公關、服務
- ④ 想像力 idea：創意、驚喜

今日行銷組合 4C+S

◎ 顧客需要與欲求

Customer wants & need

◎ 成本 Cost

◎ 方便 Convenience

◎ 溝通 Communication

◎ 服務 Service

行銷觀點

行銷觀點的五個思索

1. 媒體是顧客？
2. 你的產品是什麼？
3. 顧客要什麼？
4. 如何降低顧客所付的成本？ (協助理解、不強迫推銷、時機與重點主題)
5. 如何做好顧客服務？ (找亮點、找畫面、找個案、行政支援、售後服務、設計後續活動)

行銷的組合應用

商品	價格	地點	促銷
需求	成本	通路	溝通 服務
捐款者的 想法?	捐款者付 出的成本	甚麼管道	通用的語 言溝通

社會行銷與媒體

記者問我的五件事

1. 這關社會大眾什麼事？
2. 這裡有什麼問題？(因果關係)
3. 需要我們報導的訴求？
4. 還有誰遇到同樣問題可以採訪？(關係人與影響)
5. 有沒有人可以現身說法？

媒體服務-除活動採訪之外的設計

- ◎ 記者會 (特定召開或活動中安排)
- ◎ 獨家特稿與專題
- ◎ 實地參觀或參與 (特定安排)
- ◎ 媒體發表會、首映會
- ◎ 亮點、畫面、範例 設計 (行動劇、定格、配合演出)
- ◎ 媒體接待人與發言人安排 (不是每個人都適合直接面對媒體)
- ◎ 自媒體應用 (直播、**YouTube**、社群軟體應用)

運用媒體募款的風險

- ◎ 個案保密&受訪者隱私-建立當事人受訪準則
- ◎ 媒體之不可控與救濟之不符比例
- ◎ 高專業技術門檻- 高成本?
- ◎ 需要長期、持續經營，但又需要及時回應
- ◎ 播(刊)後的不適反應處理
- ◎ 實質的募款效益+品牌形象
- ◎ 無力也無規劃應對間歇湧入的需求

當事人受訪流程與準則

1. 慎選受採訪人
2. 有充裕的訪前準備期
3. 釐清採訪目的與正向價值引導
4. 確認可揭露的事項或底限
5. 告知與模擬(演練)可能的過程與對待
6. 隨時拒絕、中斷之權利行使
7. 有經驗者、熟識者、活動承辦者全程陪同
8. 告知可能的不良影響
9. 必要同意文件簽署 (影、音、引用文字)
10. 採訪後的回饋與紀念
11. 影響追蹤與評估

新媒介 I

網路社群(從小、分眾到廣大群眾)：

- 電子郵件(病毒行銷)、部落格(客)、社交網



行動(電子)裝置

- 行動裝置時代：**APP**、**Line**、5180
netiCRM
- 根據 全球捐助趨勢調查 **E-mail** 仍是最強大的募款工具 (npost)



照片引用自官方、宣傳網站

借力使力

- 我的一票決定愛的力量
- 傳善獎-陳永泰公益信託
- 社區一家-信義房屋
- 公益夢想家-和泰汽車
- **Fun**青年創新計劃-慈濟基金會

新媒介 II

影音 (電影、微電影、紀錄片)



照片引用自官方、宣傳網站

新媒介Ⅲ

◎ 公關公司、觀傳新聞局處 (企業與政府活動)

◎ 置入性
)

◎ 獨立媒
者 風傳

◎ 入口網



2020/05/26

NPO也有置入性行銷？

● 兒盟資料館

● 貧

● 8

(針
心理

建立社區照顧關懷據點實施效益評估問卷

壹、服務滿意度調查表

親愛的長輩您好：

很感謝您願意撥空參與我們社區所舉辦的各項活動，我們希望藉著滿意度的調查，可以協助我們修改未來的活動內容，謝謝您的合作與協助，在此祝您平安健康。

一、基本資料

填寫日期：____年____月____日

1. 姓名：_____ 年齡：_____歲 2. 性別：☐女 ☐男
3. 婚姻狀況：☐未婚 ☐已婚 ☐離婚 ☐分居 ☐喪偶 ☐其他_____
4. 教育程度：☐不識字 ☐識字但未就學 ☐國小 ☐國中 ☐高中(職)
☐大專 ☐研究所以上
5. 常用語言：☐國語 ☐台語 ☐客家語 ☐其他_____
6. 宗教信仰：☐天主教 ☐基督教 ☐佛教 ☐道教 ☐其他 ☐無
7. 自覺健康狀況：☐身心完全健康，無需他人照顧

會福利、

新媒介IV

整合行銷播 IMC

多元媒介的組合：

廣告+公眾活動+專業服務+事件+複合式媒介+品牌形象+公益宗旨的媒體整合

7.7 MSF DAY - MSF DAY、紀錄片、攝影展、救援人分享會、招募、社群網、宗旨簡介、出版品、跨國活動

IMC案例：

自然生態保育協會+台灣環境資訊協會



事件簿.....



- 全球保育藝術所創。1600隻過20座城市，
- 官方先背書
- [快閃](#)
- 文創商品
- 認養
- [紙貓熊展](#) fb
- [幕後](#)



geon
等超



2019.10.26
鱸鰻特攻隊
關懷偏鄉長者
愛心公益團聚

烤大豬 精緻餐點 飲料

時間：下午4：00 | 地點：中寮石龍宮

主辦單位=鱸鰻特攻隊

協辦單位：
中寮石龍宮、黃明賜直播、有間水族直播
轆龍社民俗技藝協會、劉佳憲釣具直播
葫蘆崙日月潭休閒筏釣、草屯朝玄宮
郭守鎰直播、白姑娘直播、嘉福珠寶精品直播
財團法人新港奉天宮南投金虎爺會
鄒家玄天上帝心園婚宴會館、龍眼林福利協會

2020/05/26

21

新媒介 V

參與式的資源募集

捐款者成為募款活動的規劃、執行，除自身的參與捐贈外，也引發身邊的關係人或該社群的參與。

公益網-公益提案王（小區域的微型捐款活動）

ALS Ice Bucket Challenge

新媒介VI

群眾募資平台

- [weReport](#) (調查報導公眾委製)
- [Zeczec](#) (創意夢想)
- [flyingV](#) (社會創新)
- [Go Dreamer](#) (一起夢想-小額群募)
- [NPOchannel](#) (公益募款)
- [RED TURTLE](#) (好事發生)

募資平台注意事項

- 群眾募資的最大迷思，就是許多人誤認這很簡單^(FlyingV 林弘全)募資平台沒那麼簡單，**逾6成提案會失敗**。
- 平台具備**公眾參與性與回饋性**，純公益捐贈並不適合
- 仍須取得**勸募許可**
- 留意勸募成本控制
- 須具備**影音、網路資訊、即時回應**的技術與人才
- 國際募資
- 國際募款-GobalGiving

新媒介VII

你也可以當館長？

YouTube 串流服務



新媒介VIII

老調重提- 資源不只是錢而已

- 社區組織資源
- 企業：核心能力、商品、關係與顧客資源、通路

非籠蛋



小(微)型、社區組織募款建議

- 重要！但很少【重視】，大多人都認為自己不擅長，所以往往【逃避】
- 要先盤點需要甚麼？多少？
- 架構在既有的基礎上，開發新資源的成本、難度極大
- 不一定需要專業，設定目標、勇往直前就對了~
- 不一定要聘募款專才，從組織裡指定專責(非必定專職)一個人、一群人就可以開始~
- 自己的鄉鎮、城市中的弱勢自己救-不要迷信全國資源
- 見面三分情，會比傳**1000**封郵件、**100**小時直播有效
- 募款是一種溝通，協會人力少志工多-全員公關時代

建立方便?捐款的管道

- ✓ 現場現金捐款
- ✓ 郵局劃撥
- ✓ 銀行轉帳
- 信用卡
- 超商 (Ibon、零錢箱)
- 行動支付 (APP、企業通路)
- 捐款網站

對NPO募款夥伴的建議- PR

NPO人不愛的五件事.....

1. 上班看報紙 (您知道線上、地方、代班記者是誰?)
2. 買本數字週刊水果報 (您好奇媒體運作模式與習性嗎?)
3. 將工作帶回家 (您知道線上記者的清醒時間?)
4. 建立人脈、交情 (您只是將記者當作資源網絡中的一筆?)
5. 放長線 (你急,人家不急,好報導不如好時機!)

行動

- 指定一個工作人員，讓理事、志工、職工一起來(可成立募款委員會，設指揮官)。
- 整理出來過去**5**年有誰幫助過我們(製表)
- 匡列接觸者，找出打群架的朋友
- 盤點需求、選出產品 ⇨ 誰會買單
- 設定一個**99.9999%**可達成的目標
- 限定時間執行，並開放討論執行結果

結論

我無法教你怎麼募款，只能告訴你：

- ✓ 應該具備的概念
- ✓ 可以有哪些方式
- ✓ 有那些途徑
- ✓ 應該有的投資與投入

該視資源發展，與服務同等重要!!